

# 你的 Demo， 将为你带来千万用户。

DEMOCAST · 产品宣发分镜设计 AGENT

帮刚做完 Demo 的 builder，把产品素材快速变成一条能直接发布的 30 秒宣发视频——连发布文案和 CTA 一起交付，让创意早听、多听市场真话。

立即试用 → <http://47.129.235.95:3000/>

## 01 · 痛点

### 做 Demo 的成本趋近于零，验证依然昂贵。

vibe coding 让 Demo 的生产成本趋近于零，每天都有成千个 Demo 诞生。但做出来只是一半——**不发出去 = 零反馈 = 摸黑决策**。刚做完 Demo 的 builder 最缺的不是剪辑能力，而是「把产品价值讲清楚、并立刻发出去」的能力。发朋友圈、发社群、上 Demo Day，是每一个新产品的**必经动作**，不是可选项。被骂“自嗨”的 OPC 其实不是自嗨，**是在摸黑走，而这一步最需要帮助。**

## 02 · 价值主张

### 为想被看见的人，把「发出去」变成标准动作。

为了 刚做出 Demo 的 **OPC 与独立开发者** ——凌晨黑客松里 idea 还在发烫、Demo 已经能跑的人

他们的 idea 和 Demo 能更早被市场看见和检验， **早听、多听市场真话**

我们设计了一款产品 可以把一份素材（Demo、URL、截图、一句话），快速生成一条能直接发布的  
30 秒宣发视频

它可以 通过 **读懂产品的大模型 × 电影级组件动效**，交付带发布文案与 CTA 的完整广  
播资产

而不像 Seedance 类生成式视频——消耗大量 token、算力成本高昂；而维持画风可  
控、动效高级，所需的**提示词工程**对刚做出 Demo、不熟悉视频制作的 builder 本  
身就是一道门槛

**我们的产品** 帮 builder 把「讲清楚并发出去」变成快速标准流程，让 pre-PMF 创始人  
**先广播、再开发**——用真实需求信号决定要不要建。先用最低成本向市场验证  
需求的真实性，通过视频的易传播和流量属性，更快更有效触达用户，**命中理想  
目标用户**。

### 03 · 市场

## 宣发物料市场 = 新产品诞生速度 × 广播次数。

这个市场的规模逻辑比数字更重要：GitHub 开发者已过亿，AI 编程工具正把「能做出 Demo 的人」  
从职业工程师扩容到所有有 idea 的人——**分母（新产品的诞生速度）正被 AI 推高一个数量级**。而每  
个产品的广播不是一次性的：每次迭代、每个新卖点、每场黑客松都需要新的一条。乘数的两端都在  
涨，这是一个跟着 AI 编程曲线放大的市场。

// 口径：本节给推导逻辑不给虚构 TAM；精确测算随首批用户数据补充。

### 04 · 为什么是现在

## 需求刚爆发，技术窗口刚打开。

**需求端** vibe coding 之前，「刚做出 Demo 的人」是小众人群，问题量级撑不起一个产品  
——这个人群是 2023 年后才爆发的。

**供给端** 两条旧路都不通：生成式视频开盲盒——贵、不可控、不可编辑；模板工具一眼  
PPT 感——能看不能发。专业动效人力贵，无法产品化。

**技术窗口** LLM 具备「读懂产品并输出结构化创意」的能力，与「网页动效确定性渲染成片」的工程能力，两条线的交点 2024-2026 才出现——我们正站在交点上。

## 05 · 为什么是我们

# 创始人即用户，双引擎已建成。

创始人自己就是目标用户——这个痛是亲历的，不是调研来的。产品侧，双引擎架构已跑通实渲：**大模型负责架构清晰的表达逻辑，动效负责把镜头语言组织起来**，30 秒内让观众理解一个产品的价值。

### CORE INSIGHT

真正让用户看完一条片的，从来不是动效本身——是整体表达的信息密度，和它有没有说中痛点的解决方案。动效是镜头语言，表达才是内容。这是我们与所有「视频工具」在认知上的分野。

执行上，单人 + AI 协作的开发方式本身就是成本结构优势：四轮架构迭代、双重自动化门禁、AE 级动效资产的组件化生产线，数周内完成——**这个速度本身就是护城河的一部分。**

### 竞品对照

竞品	核心短板	DEMOCAST 核心优势
Ozor	网页基础动效模板，视觉上限低	AE 专业动效资产工程化，画质强、可稳定量产
Pippit AI	泛娱乐营销风，不适配 B 端产品	风格克制专业，专供 SaaS/AI 工具可信宣发视频
Kling	大模型逐段生成，成本高、画面易失真	复用标准化动效组件，低成本、画面信息精准可控

## 06 · 营销

# 每一条成片，都是我们的广告。

**狗粮策略** DemoCast 自己的宣发视频就用 DemoCast 生成——产品即 demo，demo 即获客。

**圈层渗透** 目标用户高度聚集：黑客松、Demo Day、indie hacker 社群。首批 10 位创始人邀请制冷启动。

**传播内生** builder 圈层互相看发布——每条带 DemoCast 质感的片子在目标人群的时间线里自我传播，获客成本随成片数量下降。

## 07 · 商业模式

# 小文件、低算力，毛利天然健康。

收费路径按验证优先级推进：**按条付费**（贴合“验证一次”的心智）→ **订阅**（持续广播的创始人）→ **验证套件**（视频 + 落地页 + 信号看板打包）。真正的结构性优势在成本端：

### HTML 动效渲染，不烧生成算力

对比 Seedance 类生成式视频——又烧 token 又占显存内存，每次修改重抽一次卡。我们改一句文案 = 重渲一段，边际成本趋近于零。

### 产出文件小巧，存储成本极低

动画工程是 KB 级代码而非 GB 级素材；在存储越来越贵的时代，小文件 + 可复用工程是随规模放大的复利优势。

### 可编辑、可版本化

文案、节奏、品牌元素都在代码里——交付的不是一次性黑盒视频，是可保存、可迭代的动画工程资产。

### 单位经济健康

渲染走浏览器管线而非 GPU 推理，单条成本以分计——定价空间和毛利结构从第一天就成立。

## 08 · 护城河

# 能被 vibe code 复刻的是代码，复刻不了的是这三样。

先算对手的账：一个 builder 花两周 vibe code 复刻一个宣发工具，还是花 30 分钟直接用我们？他的时间本该花在自己产品的 PMF 上——**用户时间的机会成本，是我们的第一道墙**。真来复刻的人，恰恰替我们验证了需求。而真正难复制的是：

**资产复利** AE 级手工动效资产的组件化生产线——代码可以抄，动效的设计品味和逐帧调校抄不走，且组件库随时间持续复利，追赶者永远在追一个移动的目标。

**数据飞轮** 每条成片的创意决策 × 广播后的真实反馈 = 「什么创意选择对什么用户转化」的数据资产。用的人越多，出片越准——这是复刻拿不到的、随使用量加深的壁垒。

**质量体系** 确定性创意协议 + 双重自动化门禁，是几十轮真实渲染踩坑沉淀的 know-how。表面是功能，底下是“永不开盲盒”的工程纪律——这决定了质量下限，而质量下限决定了用户敢不敢把发布交给你。

**综合护城河 = 资产复利 × 数据飞轮 × 用户时间的机会成本。** 三者单独都不够厚，叠加后复刻的性价比归零。

## 09 · 验证计划

# 信号说了算。

**第一轮** 首批 10 个符合画像的创始人，邀请制。信号只认**行为**：完成出片并真实发布 / 发布后回访续用 / 主动追问价格 / 转介绍同行。

**数据回路** 反馈信号的分布决定下一轮改什么——质感问题占比高就继续创意投入，触达问题占比高就立刻停止打磨供给侧。一轮只验证一个闭环、只改一个对象。

**里程碑** M1 成片放行 → 首批 10 用户；M2 相似用户中出现**跨轮次重复信号**，才谈放大与融资叙事。最大的风险不是产品不够好，而是“够好”的标准还没被用户定义——所以验证优先于一切。

## 10 · 想象空间

# 第二章，以首批用户信号为前提。

## 组件市场

harness 契约 + 自动化门禁 = 第三方与 AI 工厂可贡献镜头组件，DemoCast 成为营销视频的组件生态位。

## 创意-转化数据飞轮

跨产品聚合的「创意选择 × 转化结果」数据——长期壁垒不在模板，在这份决策数据资产。

## Agent 原生入口

AI 编程工具正批量制造新产品，每个都需要发布物料——DemoCast 作为其他 agent 调用的「发布技能」（API/MCP）。

## 验证即服务

从出片工具长成「广播 → 信号 → 决策」的需求验证基础设施。

## 11 · 团队

# 把这件事做出来的人。



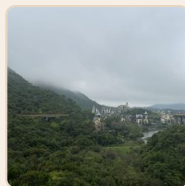
阿K



潮汐



陈皮哥



曹华



可令



宇航

TRY IT NOW

# 现在就出你的第一条宣发视频。

上传一份素材——Demo、URL、截图、一句话介绍——看 DemoCast 怎么把它讲清楚、发出去。

<http://47.129.235.95:3000/>



---

你的 Demo，**将为你带来千万用户。**

**阿K**

微信 421601397

邮箱 arcadiazhai@qq.com

DEMOCAST · 早听、多听市场真话 · 2026.07